

Casa²⁴ il Sole **24 ORE**
FORMAZIONE

I network arruolano agenti all'estero

Nuove filiali in Tunisia per Tecnocasa e Professione Casa Riflettori sul Far East

Adriano Lovera

■ I franchising italiani allargano le loro operazioni all'estero, in particolare in Tunisia, citata negli ultimi mesi più per la «primavera araba» che per il turismo. Tecnocasa ha aperto la sua settima agenzia nel Paese, precisamente ad Hammamet. E nella stessa cittadina affacciata sul Mediterraneo arriverà il prossimo anno anche Professione Casa. L'espansione all'estero dei network moltiplica le opportunità di acquisto per gli italiani, ma si traduce anche in un'occasione di lavoro per affiliati e agenti.

Qual è la presenza estera dei principali circuiti immobiliari? E come avvengono reclutamento e formazione? **Tecnocasa** è di gran lunga il gruppo italiano più esteso oltre confine, con 3.500 agenzie, di cui 364 dislocate in nove Paesi stranieri, dalla Spagna alla Thailandia. La clientela è mista, suddivisa tra connazionali in cerca di una seconda casa e acquirenti locali. Le agenzie impiegano 1.200 persone, con una media di 304 per punto. Gli affiliati sono professionisti che hanno già un'esperienza maturata all'interno del network. «Tutte persone che, prima

di aprire un ufficio, hanno ricoperto tutti i ruoli, a partire dal collaboratore commerciale, seguendo il nostro percorso di formazione permanente», spiega il presidente Antonio Pasca. In occasione delle nuove aperture all'estero, è proprio l'affiliato che si occupa, in autonomia, di reclutare gli agenti del team. «Si tratta in prevalenza di giovani, che vogliono costruirsi un futuro migliore. Seguono un corso iniziale di formazione, per acquisire doti relazionali e predisposizione alla mediazione. Comunque puntiamo su figure junior, prevalentemente tra i 18 e i 35 anni, laureati o almeno diplomati. Non importa che abbiano già esperienza. Piuttosto, che sposino il progetto». E non sono soltanto agenti. Perché gli affiliati hanno bisogno anche del coordinatore di ufficio, che si occupa dell'organizzazione del punto vendita e delle inserzioni online.

Professione Casa, invece, opera all'estero in nove Paesi, tramite la divisione Prestige International, che al 90% è rivolta solo a clienti italiani. «Nelle agenzie prendiamo so-

lo agenti diplomati e devono parlare sia l'italiano sia la lingua locale», dice il presidente Fabio Guglielmi. La figura principale è sempre l'affiliato, titolare del punto vendita. «Sono persone di esperienza, già presenti sul territorio o che partono dall'Italia. Il bello è che non c'è una regola, ma è il lavoro a creare occasioni inaspettate. Per fare due esempi, il nostro affiliato di Miami

è lo stesso di Venezia. Mentre a Hurghada, in Egitto, si tratta di un costruttore già attivo laggiù, che ha scelto il nostro marchio per ampliare il suo spazio di vendita». E adesso il gruppo studia lo sbarco nel Far East. «Abbiamo iniziato a studiare la giurisprudenza del settore in Cina», ammette Guglielmi. «È complicato, ma vorremmo creare un ponte tra i due mercati. Oggi gli italiani non sono certo interessati al residenziale cinese, al massimo al commerciale, ma potrebbe svilupparsi un movimento al contrario, di acquisti stranieri in Italia. Con la Russia è accaduto proprio così».

Ma qual è il metodo giusto per approcciare un nuovo mercato? «Bisogna essere flessibili e trovare il giusto equilibrio tra abitudini locali e necessità aziendali», spiega Dario Castiglia, presidente di **ReMax Italia**, franchising presente in 88 Paesi nel mondo. «È fondamentale che l'affiliato, che noi chiamiamo broker, sia radicato nel tessuto sociale del luogo. Infatti ci affidiamo a persone di 40 anni circa, con già un'esperienza di almeno sei o sette anni nel settore. Ovunque ci si trovi non si prescinde mai da due capisaldi: un codice etico interno, che tutti devono seguire, e la "collaborazione", che in **ReMax** significa molto. Ogni agente ha accesso a tutto il database del network. In pratica, tutti possono vendere tutto. Un sistema che ci ha sempre permesso di velocizzare le compravendite».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Gli affiliati oltreconfine devono avere esperienza nel gruppo ma anche essere radicati sul territorio